

Wat kunnen we leren van Diederik Stapel?



TEKST LEX OLIVIER

Alvorens in te gaan op de relevantie van Diederik Stapel voor het marktonderzoek moet mij even het volgende van het hart. Het is eigenlijk gek dat een misdadiger anoniem (tekening of oogbalk) en met initialen in het nieuws wordt genoemd, terwijl Diederik Stapel met naam en toenaam in beeld komt. In de Verenigde Staten heet dat 'public roasting'.

De academische wereld heeft het falen zelf ontdekt en in alle openheid gedeeld met de publieke opinie. Van een doofpot is geen sprake. Men is weliswaar naar buiten toe terughoudend transparant, maar van mijn Amsterdamse, Tilburgse en Groningse vrienden heb ik begrepen dat men intern de onderste steen boven haalt. Een goed voorbeeld van 'damage control'. Onder de slachtoffers van de affaire behoren zeker ook de promovendi die hun onderzoeken baseren op eerdere publicaties waaraan Diederik Stapel zijn naam heeft verbonden. Omvangrijke delen van de dissertaties zullen moeten worden herschreven of erger: ook afgeronde dissertaties waarbij Diederik fungeerde als promotor komen in een bedenkelijk daglicht te staan. Maar nu de lessen voor het commerciële en opiniërend marktonderzoek. Als Ombudsman krijgen wij klachten over de kwaliteit van uitgevoerd onderzoek en klachten over de juistheid van de interpretatie van onderzoeksresultaten. Wij geven wat voorbeelden uit het afgelopen jaren. De cijfers zijn dan wel niet verzonnen maar de conclusies wel. Wij geven een aantal geanonimiseerde voorbeelden:

- Onderzoek werd uitgevoerd onder lezers van een dagblad en vervolgens landelijk representatief verklaard.
- Een minuscule verschuiving in de uitslagen werd in de conclusies opgeblazen tot trendbreuk.
- De onderzoeker stelt: concept A wint van concept B. Weliswaar is de winst niet significant maar voldoende groot om door te gaan met concept A.

- Het onderzoek werd uitgevoerd bij gerenommeerde respondenten en men was van mening dat men dan niet representatief hoefde te zijn.

De kwaliteitscriteria 'representatief en significant' worden ingeruild voor meer sexy kwaliteitscriteria: 'snelheid en relevantie'. Ik kan mij niet aan de indruk onttrekken dat een belangrijk deel van de nieuwe media-onderzoekers slechts een beperkte interesse heeft in de ouderwetse kwaliteitscriteria. Waar dit toe kan leiden zien we aan de publicatie van Diederik Stapel en Roos Vonk.

Wij hopen dat de Nederlandse pers nu gaat begrijpen dat het blindelings publiceren van sexy onderzoeksresultaten niet verstandig is. Wij pleiten er hernieuwd voor om in ieder persbericht een ant-

woord op een vijftal vragen verplicht te stellen (zie kader). We gaan uit van wetenschapsjournalisten omdat we moeten vrezen dat dit alles aan de Martijn Koolhovens (ex-Telegraaf) van deze wereld niet besteed is. Dit alles moet dan wel worden afgesloten met het aangeven op welke wijze het volledige rapport online gedownload kan worden. Beantwoording van deze vragen biedt geen absolute garantie dat er nooit meer foute onderzoeksresultaten in pers-berichtvorm zullen verschijnen. Maar journalisten zullen minder moeite hebben om zich een oordeel te vormen over de betrouwbaarheid van het persbericht. Een misleidende invulling van de vragen is daarnaast gevaarlijk omdat zich dit in een later stadium tegen de persoon of instelling, die het persbericht heeft opgesteld, kan keren. <<

Een fictieve reconstructie van het Vleesonderzoek van Diederik Stapel, Roos Vonk en Marcel Zeelenberg.

Vraag 1 Wie zijn er ondervraagd?

Vermoedelijk antwoord Tilburgse Studenten.

Oordeel Gebruikelijke methodologie voor laboratoriumonderzoek op een psychologische faculteit, maar zijn de resultaten dan algemeen geldig?

Vraag 2 Hoe groot is de netto steekproefomvang?

Antwoord: 35 respondenten per experiment (testgroep+controlegroep)

Oordeel Is dat statistisch wel betrouwbaar?

Vraag 3 Wat is de methode van dataverzameling?

Vermoedelijk antwoord face-to-face interviews met goed stimulus materiaal.

Oordeel Weinig op aan te merken. Goede en relevante nul-hypothese.

Vraag 4 Wat is de periode van dataverzameling?

Vermoedelijk antwoord veertien dagen geleden

Oordeel Is het niet gebruikelijk hier eerst een geaccepteerde wetenschappelijke publicatie over te schrijven?

Vraag 5 Wie is de opdrachtgever/belanghebbende.

Vermoedelijk antwoord Roos Vonk was vroeger voorzitter van de stichting Wakker Dier.

Oordeel Mits er geen geldstromen vastgesteld kunnen worden wellicht niet relevant.

Indien dit wel het geval is dan vermelden in het te publiceren dagbladartikel.